



- Teoriju komunikacija u sportu čine (S. Bjelica i D. Bjelica, 2006):
 - ▣ konceptualni pristup komunikacijama
 - ▣ naučni pristup sportskim informacijama
 - ▣ proučavanje sredstava preko kojih se prenose sportske informacije → mas-mediji

- 
- **Teorija** obično predstavlja sveobuhvatni pristup jednom području realnosti
 - Komunikacije su takvo područje gdje je **sociološki pristup** jedan od parametara teorijskog pristupa komunikacijama


POJMOVNO KATEGORIJALNI OKVIR TEORIJSKOG PRISTUPA

- Riječ "**komuniciranje**" je analitička kategorija i sa njom je povezan nastanak posebne sociološke discipline, **komunikologije** → novijeg je datuma
- Komuniciranje predstavlja otkriće modernog doba
- **Prethodne generacije** nisu prepoznavale komuniciranje → imale su vrlo **jednostavnu predstavu** o tome

- 
- **Informacijske djelatnosti** su napravile ogroman korak naprijed
 - **Bitne promjene** u svim sferama čovjekovog života i **konsekvencama** koje se ogledaju u brojnim protivurječnostima

- Komuniciranje se dugo smatralo čovjekovom prirodnom sposobnošću
- Ipak, čovjek u taj proces ne stupa na bazi prirodne sposobnosti, već na temelju osposobljenosti i dostupnosti kanala
- Svođenje komunikacijskih procesa na komunikacije u sportu i sportske medije se oslikava na razvoj sportske komunikologije

- Čovjek razvija potrebu i sposobnost komuniciranja sa drugim ljudima i time izlazi iz svijeta **individualnog** i ulazi u svijet **kolektivnog**
- Sa sve **razuđenijom podjelom rada** i sve **razvijenijim proizvodnim snagama**, čovjek postaje sve **kompleksniji**
- Njegov **informacijski kapacitet** je **ograničen**, **fiziološki i historijski određen**

- 
- U takvim relacijama moguće je identifikovati brojne komunikološke **probleme**, a posebno one **iz oblasti sportsko-pedagoške komunikacije**
 - Brojne promjene u podjeli rada i u proizvodnim **odnosima** mogu bitno da **promijene odnose** prema sredstvima i uključivanju u komunikacijske tokove

- **Informacijska revolucija** čije se konsekvence ogledaju u produkciji sportske kulture, stvara niz proizvoda, na kojima se zasniva socijalni razvoj, ali i problem "nus-produkata" koji prate taj razvoj u sportu
- **Formiranje stavova i uvjerenja** predstavlja jednu od osnovnih karakteristika čovjeka kao društvenog bića
→ ogleda se i u sportu


ELEMENTI NAUKE U TEORIJI O KOMUNIKACIJAMA

- Bogatstvo teorije komunikacija došlo je kad su komunikatori primijenili na komunikaciju ideju procesa
- Sportska komunikacija je sastavni dio složenosti samoga života i ona se više ne javlja kao čisto mehanički fenomen

- Postepeno, **komunikatori** su počeli da uzimaju u obzir sve više aspekata komunikativne situacije i da joj prilaze **relativistički raspoloženi**
- Vremenom se utvrdilo da različiti ljudi shvataju istu stvar različito i da "**stvarnost**" **nije** baš tako **objektivna i apsolutna**

- **Ideja o procesu** navela je komunikacijske eksperte da iz različitih disciplina društvenih nauka, kao što su antropologija, sociologija, socijalna psihologija, opšta psihologija, političke nauke i ekonomija, izvuku **specijalizovano znanje o promjenljivim činiocima** koji djeluju na komunikacioni proces
- Komunikacija je pozajmila dvije ideje: **pojam socijalnog sistema** i **pojam difuzije inovacija**

- **Socijalni sistem** predstavlja svaku društvenu strukturu zasnovanu na interakciji, koja se mijenja iznutra (**porodica, crkveni skup, seoska zajednica**), a koja ima cilj, norme, podjelu statusnih uloga, moć, društvene rangove, sankcije, materijalna sredstva i teritorijalnost
- Sačinjava ga nekoliko važnih procesa, kao što su **komunikacija, donošenje odluke, održavanje granica i društveno-kulturno povezivanje**


- 
- Komunikacija je **definisana** kao proces koji čini da **informacije, odluke i uputstva** prođu kroz društveni sistem na način na koji se **znanja, uvjerenja i stavovi** formiraju ili mijenjaju
 - Komunikacija je suštinski **povezana sa ostalim elementima i procesima društva**

- Sjevernoamerički sociolozi sporta, a kasnije i njihove kolege u Evropi i Latinskoj Americi, koncentrisali su svoju pažnju na sljedeće vidove rasprostiranja inovacija:
 - **na ranija lična iskustva** koja povoljno utiču na usvajanje i rasprostiranje novih ideja
 - **na društvene karakteristike pojedinaca i zajednica** koje utiču na prihvatanje i rasprostiranje neke djelatnosti

- na faze ponašanja kroz koje neko prolazi od trenutka prvog susreta sa novom idejom do njenog konačnog usvajanja (svijest o ideji, interes, procjena, isprobavanje i odluka)
- na one karakteristike novih ideja ili djelatnosti koje ih čine manje ili više prihvatljivim (shvatljivost, djeljivost, složenost, pristupačnost, itd.)

- Otkriće da se bezlični i lični kanali prenošenja poruka (sredstva masovnih komunikacija, nasuprot prijateljima i susjedima) mogu na različite načine koristiti u raznim fazama procesa usvajanja inovacija

- “Slivanje nadolje” → bez ikakve mogućnosti da se ostvare povratna sprega i komunikacija od, recimo, sportista ka izvorima
- Danijel Lerner u svojoj knjizi “Nestanak tradicionalnog društva” doprinio je osvježavanju umovanja o procesu komunikacije, razradio je ideju “uživljanja”

- 
- Uživljavanje je čovjekova sposobnost **da sebe zamisli u ulozi drugoga**, da vidi svijet onako kako ga drugi čovjek vidi → sposobnost presudna za njen razvoj
 - Ljudi **ne vole samo da primaju informacije** od drugih, već i da saopšte drugima ono što misle i osjećaju

- Pažnja koja se u izučavanju procesa komunikacije obraća primaocu → **teoretski koncept "suorijentacije"**
- Postao je popularan u Sjedinjenim Državama
- Iza ove zamisli leži ideja da **dvije osobe** koje slično doživljavaju isti predmet → **protok** komunikacija između njih će biti **efikasniji**


- Ovo saznanje se koristilo za pobližavanje **tehnike ubjeđivanja** ljudi i **manipulacije** nad njima
- Otkriće da ljudi neku inovaciju lakše prihvataju ako o njoj **najprije međusobno diskutuju**, pa onda zajednički odluče da je prihvate

KOMUNIKOLOGIJA

- **Mlada** naučna disciplina
- Konstituisana je **50-ih godina** prošlog vijeka (uporedo sa marketingom)
- Ona označava dvosmjernan proces sa najmanje dva učesnika
- Kada se uspostavi može da traje u nedogled

- Stalno se **smjenjuju uloge** pošiljaoca i primaoca poruke → dvosmjernan odnos
- **Interakcija sa okruženjem** → pojedinac, grupa ili organizacija
- **Informiše ili usmjerava** na određenu akciju

- Društveni odnos koji se uspostavlja od samog rođenja
- Neprestano se mijenja i usavršava u pogledu sadržaja i načina korišćenja sredstava i medija
- Proces sporazumjevanja

- 
- Razmjenom informacije se uspostavljaju socijalni odnosi među ljudima
 - Prva teorijska razmatranja se javljaju još u antičko doba

□ Aristotel navodi u svom djelu **“Retorika”** tri osnovna elementa komuniciranja → polazište moderne komunikologije

□ govornik

□ govor

□ publika

□ Američki psiholog Kulidž

1909. godine je dao sljedeću definiciju “Komuniciranje je mehanizam pomoću koga egzistiraju i razvijaju se odnosi među ljudima. Taj mehanizam uključuje u sebe sve simbole duha, zajedno sa sredstvima njihovog ponašanja kroz prostor i njihovo održavanje u vremenu.”

- Komunikacija je **aktivnost** preko koje se **prenosi informativni sadržaj** među ljudima, među ljudima i sredstvima, kao i među samim sredstvima
- **Društveno komuniciranje** predstavlja osnov za komuniciranje u ekonomiji, marketingu i tehničkim sistemima, samim tim i u sportu
- Dugogodišnja iskustva su potvrdila ove zakonitosti